

## **Posudek oponenta**

**Diplomant:** Bc. Michaela Hošková

**Název DP:** Formy posilování vztahů se zákazníky v kamenných lékárnách

**Oponent:** Ing. Věra Horáková

### **Hodnocení:**

Diplomantka ve své diplomové práci zhodnotila formy posilování vztahů se zákazníky v kamenných lékárnách. Nejprve teoreticky vymezila hodnotu pro zákazníka včetně jejich atributů a dále provedla praktický výzkum mezi klienty lékáren.

Zvolené téma reflektuje aktuální praktické potřeby marketingových specialistů ve farmaceutickém průmyslu. V předkládané práci jsou vhodně zvolené postupy řešení včetně primárního výzkumu spolu se statistickým zpracováním. Diplomová práce je přehledná, logicky strukturovaná a uvedené tabulky a grafy vhodně doplňují vysvětlení problematiky.

Stanovené cíle v diplomové práci byly z teoretického hlediska splněny výborně. Diplomantka využila velké množství literárních pramenů, které dává vhodně do souvislostí, zejména při zpracování hodnoty pro zákazníka a jejich atributů. Z pohledu praktického využití diplomantka opomíjí zákon o regulaci reklamy č. 40/1995 Sb., který omezuje možnosti marketingové komunikace ve farmacii včetně možnosti vzorku volně prodejného léku či jejich vyzkoušení na lékárně.

Závěry diplomové práce týkající se preferencí klientů lékáren jsou v souladu s osobní zkušeností oponenta. Pro praktické užití je závěr týkající se odpuštění poplatku 30 Kč použitelný pouze pro léky na předpis, jelikož léků na volný prodej se poplatek netýká.

Předkládanou diplomovou práci navrhuji k obhajobě s celkovým hodnocením velmi dobře.

### **Otázky k obhajobě diplomové práce:**

- 1/ Které marketingové formy podpory prodeje by diplomantka použila při zavádění nového volně prodejného léku na trh v ČR?
- 2/ Jaká jsou zásadní omezení marketingové komunikace pro volně prodejné léky z pohledu zákona o regulaci reklamy č. 40/1995 Sb.?

Ing. Věra Horáková  
V Praze 20.5.2013